

Primljen: 29.01.2018.
Prihvaćen: 26.4.2018.

Stručni rad
UDK: 81'243:338.48(497.5Međimurje)

Poimanje važnosti poznavanja stranih jezika među OPG-ovima kao moguća posljedica razvoja turizma u gornjem Međimurju

Understanding the importance of foreign language learning among family farm owners as a possible consequence of tourism development in upper Međimurje

¹Martina Sobočan, ²Izidora Radek

¹ Međimursko veleučilište u Čakovcu, Bana Josipa Jelačića 22a, 40000 Čakovec

²Visoka policijska škola, Avenija Gojka Šuška 1, 10000 Zagreb

e-mail: ¹mbogdan@mev.hr, ²iradek@fkz.hr

Sažetak: Razvoj turizma u gornjem Međimurju sa sobom donosi i mnoge obveze i preduvjete koje ponuđač turističkih usluga i proizvoda mora ispunjavati kako bi mogao zadovoljiti potrebe turista, u ovom slučaju, stranaca, čiji se broj dolazaka s vremenom povećava. Osim raznih poduzetničkih i komercijalnih vještina, od osobite je važnosti i poznavanje i korištenje barem jednoga stranoga jezika. Čak se može i reći da su prethodno spomenute vještine često i neprovedive bez stranoga jezika. Pomoću kvalitativnog istraživanja i polustrukturiranog intervjua, ovaj rad pokušava odgovoriti na pitanje je li se i u kojoj mjeri stav vlasnika, tj. nositelja OPG-a i njegovih članova prema važnosti poznavanja stranoga jezika promijenio i u kojoj mjeri oni smatraju da je poznavanje stranoga jezika jednom od sastavnica preduvjeta za uspostavljanje uspješnog kontakta sa stranim posjetiteljima, bilo na raznim manifestacijama, bilo na kućnom pragu svoga OPG-a.

Ključne riječi: gornje Međimurje, OPG, turizam, stavovi, strani jezik

Abstract: The development of tourism in upper Međimurje brings with it many obligations and prerequisites that the tourist service provider and the product must satisfy in order to meet the needs of tourists, in this case, foreigners, whose number of arrivals increases over

time. Apart from various entrepreneurial and commercial skills, the knowledge and use of at least one foreign language is of particular importance. It can even be said that the abovementioned skills are often unacceptable without a foreign language. Through qualitative research and semi-structured interviews, this paper tries to answer the question whether and to what extent the attitude of the owner, i.e. the holder of the family farm and its members to the importance of foreign language knowledge has changed and to what extent they consider that the knowledge of a foreign language is one of the constituents a prerequisite for establishing a successful contact with foreign visitors, either at various events, or at the doorstep of their family farm.

Key words: *upper Međimurje, family farm, tourism, attitudes, foreign language*

1. Uvod

Pretpostavka je da većina turista Hrvatsku doživljava kao zemlju jadranskoga turizma, ali postoji turizam specijalnih interesa kao što je enogastronomski, sportsko-avanturistički, zdravstveni, lovno-ribolovni ili kulturno-vjerski turizam na čijim temeljima kontinentalni dio Hrvatske može još i više napredovati. Razvoj kontinentalnoga turizma sve više dobiva na važnosti uzevši u obzir nastojanje Republike Hrvatske kao turističke zemlje da svoju turističku sezonu proširi na cijelu godinu. Velike iskorake u tom pogledu ostvario je Grad Zagreb svojim manifestacijama kao što je Advent u Zagrebu te neki drugi kontinentalni gradovi koji svake godine ugošćuju domaće i strane turiste (Varaždin- Špancirfest, Vrbovec- Kaj su jeli naši stari?, Donja Stubica-Seljačka buna- Bitka kod Stubice, Karlovac- Karlovački dani piva). Dio ponuđenih kulturno-zabavnih sadržaja oslanja se na tradicijske zanate i proizvode i upravo taj dio otvara vrata obiteljsko-poljoprivrednim gospodarstvima i njihovim proizvodima. Postoji niz primjera dobre prakse u suradnji lokalne turističke zajednice i obiteljsko-poljoprivrednih gospodarstava na području Republike Hrvatske, pa tako i na području Međimurske županije (Urbanovo, Vincekov pohod, Porcijunkulovo). Preduvjet uspjeha u turizmu i privlačenja turista iz stranih država je uključivanje sve više malih proizvođača i OPG-a u turističku ponudu, a jedan od ključnih faktora poslovanja sa stranim korisnicima je poznavanje barem jednog stranog jezika. Ovaj rad temelji se na analizi intervjua o poznavanju i važnosti znanja stranih jezika provedenih u 20 međimurskih kušaonica od kojih su neke obiteljsko-poljoprivredna gospodarstva. Prema članku 2 Zakona o poljoprivredi „OPG je fizička osoba ili skupina fizičkih osoba članova zajedničkog kućanstva,

koje obavljaju poljoprivrednu djelatnost na poljoprivrednom gospodarstvu koristeći se vlastitim ili unajmljenim proizvodnim jedinicama.“

„Kušaonica se organizira kao dodatna djelatnost i dio turističke ponude na TSOG-u na kojem je poljoprivredna proizvodnja osnovna djelatnost. KUŠAONICA se registrira kao dodatna djelatnost i to kao seljačko domaćinstvo prema Pravilniku o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu (interno pročišćeni tekst NN 5/08, 46/08 – ispravak, 44/11 i 118/11). Razlog odabira ovog uzorka u svrhe istraživanja je pretpostavka da turisti organizirano ili individualno posjećuju kušaonice kako bi se upoznali s proizvodima toga kraja. Turistička zajednica Međimurske županije trenutačno ima registriranih 28 kušaonica, većim dijelom u gornjem Međimurju. Od ukupnoga broja intervju je obuhvatio njih 20 s primarnim ciljem odgovaranja na pitanje o poziciji stranog jezika kao čimbenika uspješnosti u poslovanju.

2. Metode

Primarni uzorak, koji se sastojao od 17 ispitanih jedinica, bili su OPG-ovi (17 ispitanika), no kako se u popisu kušaonica koji vodi Turistička zajednica Međimurske županije nalaze i obrti, nekolicina njih je također uključena u istraživanje (4 obrta).

Istraživanje je provedeno u obliku polustrukturiranoga intervjua, koji se sastojao od 21 pitanja, dio njih otvorenog tipa: osnovna i dopunska djelatnost, broj članova OPG-a, važnost poznavanja stranog jezika za poslovanje, jezik komunikacije s njima, planovi za proširenje na međunarodno tržište, učestalost komuniciranja sa stranim posjetiteljima, posjete stranih posjetitelja, prisutnost potrebe za usavršavanjem znanja stranog jezika, korištenje stručne literature na stranom jeziku, te pitanja zatvorenoga tipa: podatci o znanju stranih jezika na OPG-u (razine od A1 do C2 prema Europskom referentnom okviru, vještine razumijevanje, govor i pisanje), postojanje poslovanja s inozemnim partnerima, dobavljačima ili kupcima, korištenje usluga prevoditelja, povezanost ulaska u Europsku uniju s mogućim povećanjem potrebe za stranim jezicima u poslovanju, sudjelovanje na međunarodnim sajmovima i raznim manifestacijama, mišljenje o tome bi li jezik mogao otvoriti vrata međunarodnoga tržišta, postojanje mrežne stranice OPG-a ili obrta na stranom jeziku (da/ne odgovori) te mišljenje o važnosti poznavanja barem jednoga stranoga jezika za uspješno poslovanje u djelatnosti OPG-a ili obrta (odabir jednog od moguća tri odgovora). Kod svih pitanja zatvorenoga tipa ispitanici su obrazložili i/ili komentirali svoje odgovore, pri čemu su ta obrazloženja i komentari također zabilježeni kako bi se dobio lakši uvid u njihovu percepciju važnosti i stava

prema stranim jezicima. Intervju je proveden usmeno, većinom na kućnom pragu ili u samom OPG-u ili obrtu, a dio intervjuja proveden je telefonskim putem (u slučaju kada ispitanici nisu bili u mogućnosti izravno sudjelovati u intervjuu ili nisu bili u OPG-u prilikom posjete). Na pitanja ispitivača odgovarali su uglavnom nositelji OPG-ova ili pak najaktivniji članovi gospodarstava, koji su također zaduženi za komunikaciju s posjetiteljima. Ispitivanje se provodilo tijekom siječnja i veljače 2018. godine.

3. Rezultati

Ispitanicima je postavljen upit samoprocjene vlastitoga stupnja znanja stranoga jezika. Odgovori su subjektivnog karaktera jer ispitanici nisu bili testirani niti je tražena certificirana potvrda stupnja znanja stranog jezika. Prije evidentiranja odgovora ispitanici su upoznati sa CEF stupnjevanjem, a anketu su popunjavali za svaki jezik pojedinačno, uz mogući odabir odgovora A1/2- Početnik, B1/2- Samostalni korisnik i C1/2- Iskusni korisnik i to za svaku kompetenciju zasebno- razumijevanje, govor i pisanje. Analiza je pokazala da su dominantni strani jezici kojima se ispitanici koriste engleski i njemački jezik, a od ostalih jezika u dvije ankete navedeni su slovenski jezik, francuski jezik i ruski jezik te u jednoj anketi talijanski jezik. Engleski jezik koristi 13 obrta ili OPG-ova, a od tog broja 6 je odabralo odgovor da su samostalni korisnici, 3 početnici i 4 iskusni korisnici. Primijećeno je da je kod dijela ispitanika kompetencija pisanja na stranom jeziku slabija u odnosu na govornu produkciju i razumijevanje, a sličan se rezultat uočio i kod njemačkoga jezika. Njemački jezik ukupno koristi 15 obrta ili OPG-ova. Od ukupnog broja 8 se izjasnilo kao samostalni korisnici, a 6 kao početnici i jedan kao iskusni korisnik. Ispitanici koji su naveli slovenski jezik izjasnili su se kao iskusni korisnici, kod talijanskoga jezika naveden je samostalni korisnik, ruskim jezikom se koriste stariji članovi OPG-a i to kao početnici, a za francuski jezik je naveden jedan početni stupanj i jedan iskusni govornik. 13 anketiranih subjekata označilo je stupanj znanja 2 ili 3 jezika, 6 je označilo korištenje samo jednoga stranoga jezika, a u jednoj anketi korištenje nijednoga stranoga jezika. Iz navedenih rezultata i razgovora s ispitanicima može se zaključiti da mlađe generacije preferiraju korištenje engleskoga jezika, ali je njemački još uvijek dobro zastupljen s obzirom na činjenicu da je njemački jezik imao veliki povijesni utjecaj na sjeverozapadni dio Hrvatske, podučava se u osnovnim i srednjim školama i zemlje njemačkoga govornoga područja su vrlo često prvi izbor iseljenika iz ovih područja od kojih se mnogi vraćaju u mirovinu ili kako bi stečenim kapitalom osnovali vlastitu djelatnost u matičnoj državi (nekoliko primjera iz upitnika).

Na pitanje „Smatrate li da je poznavanje stranoga/stranih jezika važno za poslovanje vašega OPG-a?“ 10 ispitanika odgovorilo je „Da“, ostalih 8 odgovorilo je na način koji se također smatra potvrdnim, a neki od njih su: „Jako važno.“, „Da, jako, strani kupci redovito dolaze na štandove.“, i dr. Jedan ispitanik napominje sljedeće: „Mislim da da, jezici su jako važni u današnje vrijeme, ali je turizam još preslab u gornjem kraju. Al ne bi se mi još upisali na tečaj. Još se nekako snalazimo. Mislim da se turizam malo idealizira...“ Dva ispitanika ne smatraju da je poznavanje stranog jezika važno za njihovo poslovanje. Rezultati potvrđuju pretpostavku da su poslovni ljudi, pogotovo oni koji su vezani za turizam, itekako svjesni važnosti stranih jezika, ali isto tako mnogi nemaju dovoljno motivacije ili vremena za usavršavanje znanja stranih jezika.

Kod pitanja „Koliko često komunicirate sa stranim posjetiteljima?“ rezultati su pokazali da 70 % ispitanika vrlo često komunicira sa stranim posjetiteljima, od svakodnevnog do najmanje četiri puta mjesečno, a 30 % ispitanika rijetko, ovisno o predviđenim izletima u kušaonice ili uopće ne, zbog većinski domaćih kupaca i orijentiranosti na domaće tržište. Veliki broj redovitih kontakata sa stranim posjetiteljima dokaz je otvorenosti turističke ponude stranim tržištima i tendenciji razvoja međimurskog turizma izvan granica Republike Hrvatske.

Analiza odgovora na pitanje „Imate li mrežnu stranicu na stranom jeziku?“ ukazuje na činjenicu da veliki dio ispitanika ne koristi promociju svoje djelatnosti putem mrežnih stranica na stranom jeziku, a 15 % ispitanika uopće ne koristi taj medij za promidžbu. Na temelju odgovora i razgovora sa ispitanicima može se zaključiti da se kod stranih posjetitelja ispitanici oslanjaju na suradnju sa Turističkom zajednicom ili LAG-om Međimurski doli i bregi te drugim zajednicama i društvima ili strani posjetitelji posjećuju njihove štandove za vrijeme organizirane manifestacije te većina OPG-ova nema potrebu oglašavati svoju djelatnost putem Interneta.

Kod pitanja „Koristite literaturu na stranom jeziku?“ rezultati pokazuju da veći dio ispitanika nema potrebe za korištenjem literature na stranome jeziku i ovisno o djelatnosti smatraju da je prisutna literatura na hrvatskom jeziku dostatna za proizvodnju. Od onih koji koriste literaturu na stranome jeziku 6 ih kao osnovnu djelatnost navodi vinarstvo, vinogradarstvo i podrumarstvo, jedan ispitanik navodi pčelarstvo i proizvodnju meda i pčelinjih proizvoda te jedan proizvodnju bučinog ulja.

4. Zaključak

Iz rezultata je vidljivo da veći dio ispitanika uviđa važnost poznavanja barem jednoga stranoga jezika za poslovanje, jer u turizmu za ostvarenje kvalitetnoga poslovanja potrebna savršena komunikacija obiju strana, tj. ponuđača i potrošača kako bi se osigurala kvaliteta i potreban standard izvedbe (Kostić Bobanović i Gržinić, 2011).

Kako većinu ispitanih jedinica čine obiteljsko - poljoprivredna gospodarstva i kako je riječ o obiteljima, naglašena je suradnja članova obitelji te oslanjanje na članove koji govore strane jezike, pri čemu se najčešće radi o mlađim članovima, tj. djeci, koja strane jezike uče ili su učili u školi. Tako roditelji ili stariji članovi OPG-ova ne osjećaju jaču potrebu za učenjem stranoga jezika ili pak im nedostaje vremena i motivacije za učenje. Većini ispitanika je još uvijek primarno domaće tržište, te im nepoznavanje stranoga jezika ne predstavlja problem. Mlađe generacije su te koje su spremnije na komuniciranje na stranome jeziku i na korištenje strane literature. Mlađi članovi gospodarstava i obrta su ti koji uvelike i ovise o znanju stranoga jezika koje su stekli obrazovanjem, pri čemu treba naglasiti važnost veze obrazovanja i turizma, točnije prepoznavanje važnosti stranih jezika od obrazovnih ustanova općenito, s naglaskom na visokoškolske ustanove, pri kojima često nije prepoznata važnost usvajanja stranih jezika u sektoru poslovanje i turizma (Grabar i Kolednjak, 2018) te još uvijek postoji potreba za dodatnim učenjem stranih jezika, osobito u Međimurju (Sobočan i Miščančuk, 2017). Kako se kontinentalni turizam brzo razvija, posebice u području gornjeg Međimurja, važnost stranih jezika raste. Prijašnja istraživanja su pokazala da u samom turizmu u području Međimurske i Varaždinske županije turistički djelatnici smatraju da bi njihov stupanj znanja trebalo usavršiti (Miščančuk i Sobočan, 2016). Rezultati su slični onima u ovom radu, te je ponovno naglašena važnost stranih jezika u turizmu na području Međimurja.

Literatura

1. Grabar, I., Kolednjak, M. (2018.). „Značaj i vrijednost poučavanja stranih jezika i etike u području turizma“ U: *Zbornik radova 5. međunarodne konferencije Inovacije, tehnologije, edukacija i menadžment*. (ur. Nevenka Breslauer). Sv. Martin na Muri, Međimursko veleučilište u Čakovcu, str. 61-66.
2. Kostić Bobanović, M., Gržinić, J. (2011). The importance of English language skills in the tourism sector: A comparative study of students/employees perceptions in

Croatia. *Almatourism Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*. Vol 2, No 4. 1-14. <https://almatourism.unibo.it/article/view/2476/1849> (6.4.2018.)

3. Miščančuk, M., Sobočan, M. (2016.). „Korištenje stranih jezika u turističkom sektoru u Međimurskoj i Varaždinskoj županiji“ U: *Zbornik radova 4. međunarodne konferencije Inovacije, tehnologije, edukacija i menadžment* (ur. Nevenka Breslauer). Sv. Martin na Muri, Međimursko veleučilište u Čakovcu, str. 148 – 155.
4. Sobočan, M., Miščančuk, M. (2017.). „Analiza potreba uvođenja dodatnih kolegija stranih jezika na preddiplomskom studiju Menadžment turizma i sporta Međimurskog veleučilišta u Čakovcu“ U: *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu* (ur. Nevenka Breslauer). Čakovec, Međimursko veleučilište u Čakovcu. Vol.8 No.2. Prosinac 2017. 83-87.
5. Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu (interno pročišćeni tekst) NN 5/08, 46/08 – ispravak, 44/11 i 118/11. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_01_5_112.html (8.1.2018.)
6. Zakon o poljoprivredi. NN 30/15. Članak 2 i Članak 70. <https://www.zakon.hr/z/232/Zakon-o-poljoprivredi> (8.1.2018.)